



**PENGARUH KELOMPOK ACUAN, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO KE
MEREK LAIN
(STUDI PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**Oleh :
UMI MUSLICHAH
2015-11-054**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2019**



**PENGARUH KELOMPOK ACUAN, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO KE
MEREK LAIN
(STUDI PADA MAHASIWA S-1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus**

oleh:

UMI MUSLICHAH

2015-11-054

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2019**

**PENGARUH KELOMPOK ACUAN, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO KE
MEREK LAIN**
**(STUDI PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 5 Agustus 2019

Mengetahui,

Pembimbing I

Ketua Progam Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE., MM., AAK.

NIDN. 0630098401



Drs. H. M Masruri, MM

NIDN.0628045901

Mengetahui,

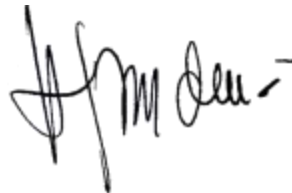
Pembimbing II

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

NIDN. 0618066201



Dr. Mamik Indaryani, MS.

NIDN.0628045901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(Qs. Al-Insyirah:6-9)

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju ke sana”

(Theodore Roosevelt)

Kupersembahkan kepada:

- 1. Kedua orang tuaku yang telah membantu jiwa dan ragaku dengan sepenuh hati*
- 2. Kakak-kakakku yang selalu memberikan dukungan*
- 3. Teman-temanku yang sudah banyak membantu*
- 4. Almamater kebanggaanku*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur, saya panjatkan kehadiran Allah karena dengan rahmat dan hidayah-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun maksud penelitian skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang seringgi-tingginya penulis sampaikan Kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, MM., selaku Dekan Fakultas dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku ketua progdi studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Drs. H. M. Masruri, MM., selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, kesabaran, dan bimbingannya.
4. Ibu Dr. Mamik Indaryani, MS., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, kesabaran dalam mengarahkan, serta dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan progam studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu, dukungan, dan pelayanannya.
6. Seluruh responden yaitu mahasiswa Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah membantu proses skripsi saya.
7. Kedua orang tua saya yang paling berpengaruh pada diri saya yaitu bapak Abdul Qodir dan ibu Ainun Nikmah yang selalu menasehati saya dan menjadikan semangat dalam hidupku

8. Kakak-kakakku mbak lis, mbak hani, kak rul, mas danang yang selalu memberikan dukungan.
9. Untuk teman-teman yang tercinta Sugiyanti Dwi Sartika, Rifki aditya putradan Puji Lestari yang selalu memberi semangat
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan untuk itu kritik dan saran sangat saya harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi yang membaca.



Kudus, 5 Agustus 2019

Penulis



U. MUSLICHAH

NIM. 2015-11-054

ABSTRAK

PENGARUH KELOMPOK ACUAN, HARGA DAN IKLAN TERHADAP PERPINDAHAN MEREK PADA PENGGUNA SMARTPHONE OPPO KE MEREK LAIN (Studi Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus)

**UMI MUSLICHAH
NIM. 2015-11-054**

Dosen Pembimbing : 1. Drs.H.M. Masruri, MM
2. Dr. Mamik Indaryani, MS.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Perpindahan merek (*brand swiching*) lebih menitik beratkan pada pembentukan himpunan pertimbangan serta akibat langsung dan tidak langsung dari ukuran himpunan pertimbangan pada perilaku perpindahan di pasar Smartphone. Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh secara persial dan simultan antara kelompok acuan, harga dan iklan terhadap perpindahan merek pada pengguna smartphone Oppo ke merek lain (studi pada mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus). rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantatif, variabel bebas dalam penelitian ini adalah kelompok acuan, harga, dan iklan, variabel terikat dalam penelitian ini adalah perpindahan merek (Y). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan Smartphone Oppo, sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial kelompok acuan (X_1) harga (X_2) dan iklan (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap perpindahan merek, sedangkan secara berganda seluruh Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kata Kunci: Kelompok Acuan, Harga, Iklan, Perpindahan Merek

ABSTRACT

***THE EFFECT OF GROUP REFERENCES, PRICE AND ADVERTISE OF
BRAND SWITCHING OPPO SMARTPHONE TO OTHER BRANDS
(Study of S-1 Students of the Faculty of Economics and Business,
Muria Kudus University)***

UMI MUSLICHAH

NIM. 2015-11-054

Guidance lecture : 1. Drs. H. M. Masruri, MM
2. Dr. Mamik Indaryani, MS.

***MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS FACULTY
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT***

Brand switching more emphasis on the establishment of a set of considerations as well as the direct and indirect consequences of the size of the set of considerations on the behavior of displacement in the Smartphone market. The research aims to find out the partial influence and simultaneously between a group of reference, pricing and advertising against displacement Oppo smartphone brand to another brand (study S-1 Student At the Faculty of Economics and bussiness of the University of Muria Kudus. The design of this research using quantitative research approach, the free variables in this study the reference group (X 1), price (X 2), advertising (X 3) a bound variable in this study is the transfer of the brand (Y). The sample in this study are studentswho nevwe used the Oppo Smartphone. as many as 100 respondents. The results showed that partially reference group (X 1) (X 2), advertising (X 3) a significant positive effect against the transfer of the brand simultaneously (together) between a group of reference, pricing and advertising against the transfer of the brand in simultaneous.

Keywords: Reference Group, Pricing, Advertising, Brand Displacement

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.3. Rumusan masalah.....	9
1.4. Tujuan penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJUAN PUSTAKA	12
2.1. Perpindahan Merek (<i>Brand Swiching</i>)	12
2.2. Kelompok Acuan.....	16
2.3. Harga	18
2.4. Iklan.....	21
2.5. Hubungan Antar Variabel	23
2.6. Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.8. Pengembang Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Rancangan Penelitian	33
3.2. Varibel dan Devinisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.3. jenis dan Sumber Data.....	37

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.5. Pengolahan Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Sejarah Universitas Muria Kudus	49
4.1.2. Visi dan Misi.....	52
4.1.3. Deskripsi Responden.....	52
4.1.4. Analisa Data.....	53
4.2 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perpindahan merek Smartphone Oppo ke merek lain pada mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.....	7
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	52
Table 4.2 Kelompok Acuan	53
Tabel 4.3 Harga.....	55
Table 4.4 Iklan	57
Table 4.5 Perpindahan Merek	59
Table 4.6 Uji Validitas Kelompok acuan.....	60
Table 4.7 Uji Validitas Harga	61
Table 4.8 Uji Validitas Iklan.....	62
Table 4.9 Uji Validitas Perpindahan Merek.....	63
Table 4.10 Uji Reabilitas.....	64
Table 4.11 Kolmogorof Smirnof.....	65
Table 4.12 Uji Multikolineritas.....	65
Table 4.13 Hasil Analisis Berganda.....	67
Table 4.14 Uji t (Parsial).....	68
Table 4.15 Koefisien Determinasi.....	70
Table 4.16 Hasil Uji F.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema kerangka pemikiran teoritis	29
Gambar 4.1 Heteroskedastisitas	66

